

## 献 呈 の 辞

徳永豊教授は、新千年紀直前の12月29日に古稀を迎えられ、2000年3月をもって明治大学を定年退職されることになりました。

本学の旧制商学部卒業後、先生は、東京青色申告連合会に一旦勤務されましたが、直ちに母校の商学部助手に招請され、以後、専任講師、助教授、教授として約半世紀に近い長い間、私たちの学部の教育研究の発展のために尽力されてこられました。

この間、先生は、商学部では旧カリキュラムの販売管理論、広告論、情報管理論、商業実習の科目を担当され、また新カリキュラムでは商業経営論を講義され大学院ではマーケティング管理論持論を担当されて、大学院生や学部学生に対して日進月歩する商学教育に邁進されました。先生のお人柄を反映したその教育は多くの学生から慕われ、先生の不断の研究に基づいたその講義は学生の勉学に資するものでありました。

先生は、本誌に掲載されている著作目録から分かるように、数多くの労作を著しておられますが、それらは、20世紀後半におけるその時々の学会の研究課題に真正面から取り組まれてきた労作です。

まず、商学研究には会計学的な考えも必要とみた先生は、恩師の故清水晶教授のもとで会計学説史を学び経理知識を習得しますが、その成果が助手時代に「販売管理会計」（共著）となります。

マーケティングが叫ばれてきた1950年代中葉からは、先生は、小売業経営からマーケティングへの研究に傾注され、とくにマーケティング管理論の実証的研究へと進めます。それが、1960年代前半の共著『新製品開発の戦略』（共著）や『マーケティング・マネジメント』（共著）となり、さらに当時まだ用いられていなかった戦略概念を採り入れた処女作『マーケティング戦略論』へと結実します。

1960年代後半に入ると、先生は、マーケティングに影響を与える独禁法を解明されて『企業競争と法律規制』（共訳）を出されると同時に、不確実性のもとでの統計的な意思決定論であるベイジアン理論、フランチャイズやショッピングの考究にも力を傾けられます。それらの研究は、『マーケティングの新展開』（編著）、『ショッピングセンターの理論』（共著）となり、後日、その成果は『アメリカの流通業の歴史に学ぶ』で世に問われました。

そして、マーケティング思想家のロバート・バーテルズ教授に師事されてオハイオ州立大学留学後の1970年代には、先生は、『プロモーション戦略』の翻訳やベイジアン理論研究の延長として『意思決定の構造』（共訳）の訳出、『戦略的商品管理』の執筆をなし、1980年代には、スーパーマーケットの問題点と論理を簡潔に解明した『流通マン入門・再入門』、1990年代には、『マーケティング英和辞典』、『詳細マーケティング辞典』（編著）、『ニューベンチャー戦略』（共訳）

などを出版されてされました。

こうした研究業績に対して先生は3回も学会賞を受賞され、その3点の著作も上記の労作の中に含まれておりますが、いまなお先生はこれまでに整理されてきた約1万点にのぼる文献リストを基にした「20世紀のマーケティング文献」の編纂、および市場のもとでのマーケティング理論の追求に意欲をお持ちであります。

しかも、先生は、学外では、日本商業学会、日本広告学会、日本経営診断学会などの幹事、理事、常任理事、会長として、また通商産業省、労働省、中小企業庁などの委員、座長として学会活動と社会活動にもそれぞれ貢献されると同時に、学内では、商学部二部主任として、また学部長として二部教育の改善と新カリキュラムの作成のために尽力される傍ら、伝統ある硬式野球部の部長としても活躍されました。

ここに、長年の先生の功勞に対し敬意をこめて、徳永豊教授古稀記念号として編纂しました本誌を献呈いたしますと共に、これからもご健康に留意され生涯現役として、念願のマーケティング文献リストの刊行やマーケティング研究を続けられていかれることを祈念いたします。

2000年1月吉日

商学部長 森 章